



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA


**SURAT PENCATATAN CIPTAAN**

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yaitu Undang-Undang tentang perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra (tidak melindungi hak kekayaan intelektual lainnya), dengan ini menerangkan bahwa hal-hal tersebut di bawah ini telah tercatat dalam Daftar Umum Ciptaan:

- I. Nomor dan tanggal permohonan : C00201601238, 05 April 2016
- II. Pencipta  
Nama : **1. Dr. Ir. ARISSETYANTO NUGROHO, M.M.;**  
**2. AGUS ARIJANTO, S.E., M.M.**  
Alamat : Jalan Pejompongan Raya No.10 Rt.011 Rw.05  
Kel. Bendungan Hilir, Kec. Tanah Abang, Jakarta Pusat.  
Kewarganegaraan : Indonesia
- III. Pemegang Hak Cipta  
Nama : **UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
Alamat : Jalan Meruya Selatan No.1  
Kembangan, Jakarta Barat 11650.  
Kewarganegaraan : -
- IV. Jenis Ciptaan : Buku
- V. Judul Ciptaan : **ETIKA BISNIS (BUSINESS ETHICS): PEMAHAMAN  
TEORI SECARA KOMPREHENSIF DAN  
IMPLEMENTASINYA**
- VI. Tanggal dan tempat diumumkan : 25 September 2015, di Jakarta  
untuk pertama kali di wilayah  
Indonesia atau di luar wilayah  
Indonesia
- VII. Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama  
kali diumumkan.
- VIII. Nomor pencatatan : 079001

Pencatatan Ciptaan atau produk Hak Terkait dalam Daftar Umum Ciptaan bukan merupakan pengesahan atas isi, arti, maksud, atau bentuk dari Ciptaan atau produk Hak Terkait yang dicatat. Menteri tidak bertanggung jawab atas isi, arti, maksud, atau bentuk dari Ciptaan atau produk Hak Terkait yang terdaftar. (Pasal 72 dan Penjelasan Pasal 72 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta)

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL  
u.b.  
DIREKTUR HAK CIPTA DAN DESAIN INDUSTRI

  
Dr. Dra. Erni Widhyastari, Apt., M.Si.  
NIP. 196003181991032001

# ETIKA BISNIS

(Business Ethics)

Pemahaman Teori secara Komprehensif  
dan Implementasinya

**Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM**  
**Agus Arijanto, SE, MM**



**Penerbit IPB Press**  
Kampus IPB Taman Kencana,  
Kota Bogor - Indonesia

C.--/--.2015

**Judul Buku:****Etika Bisnis (*Business Ethic*)***Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya***Penulis:**Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM  
Agus Arijanto, SE, MM**Editor:**Yuki HE Frandy  
Triyanto**Desain Sampul:**

Ardhya Pratama

**Penata Isi:**Ardhya Pratama  
Andreas Levi Aladin  
Ikrar Bey Khubaib**Korektor:****Jumlah Halaman:**

000 + 00 halaman romawi

**Edisi/Cetakan:**

Cetakan 1, Februari 2015

**PT Penerbit IPB Press**Anggota IKAPI  
Kampus IPB Taman Kencana  
Jl. Taman Kencana No. 3, Bogor 16128  
Telp. 0251 - 8355 158 E-mail: ipbpress@ymail.com

ISBN: 978-979-493-000-0

Dicetak oleh Percetakan IPB, Bogor - Indonesia  
Isi di Luar Tanggung Jawab Percetakan

© 2015, HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh

isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit

# KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga buku ini dapat diterbitkan. Buku ini berjudul *Etika Bisnis (Business Ethic), Pemahaman Teori secara Komprehensif dan Implementasinya*. Dalam buku ini disampaikan materi dan contoh studi kasus terkini dengan pemahaman yang mendasar dari konsep-konsep dasar etika, moral, dan norma yang berlaku. Selain itu juga berisi bagaimana seyogianya para pelaku bisnis melakukan kegiatan bisnisnya apakah sesuai dengan etika, norma, dan aturan yang berlaku di lingkungannya. Dengan adanya penerapan tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) yang baik dan tepat, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (profit) semata, tetapi dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan bagi komunitas bisnisnya maupun masyarakat luas pada umumnya.

Buku ini diterbitkan untuk menjawab anggapan sebagian besar masyarakat yang dirasa salah kaprah terhadap etika bisnis. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa bisnis itu jahat dan tidak perlu adanya etika dalam melakukannya. Banyak pebisnis berpikir bahwa dalam memenangkan persaingan harus melakukan pelanggaran aturan, norma, dan budaya masyarakat yang ada. Padahal dengan bisnis yang beretika, maka kepercayaan terhadap suatu bisnis akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Di samping itu, buku ini juga memberikan gambaran dan uraian bagi mahasiswa sebagai kaum intelektual yang harus senantiasa menjunjung tinggi etika dalam berkarya dan membangun bangsa dan negara Indonesia sesuai aturan, norma, dan etika yang berlaku, baik di lingkungan kampus maupun sekitarnya.

Penyajian buku *Etika Bisnis* ini didasarkan pada pendekatan budaya adiluhung bangsa Indonesia yang berlandaskan Pancasila sebagai idelogi dan falsafah hidup bangsa dan negara. Penyajian buku juga disertai pendekatan contoh kasus yang ada di Indonesia, mudah diketahui, dimengerti, aplikatif, ringkas dengan sumber-sumber yang terkini, serta bisa menjadi referensi dan tambahan wawasan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna, sehingga segala macam bentuk saran, kritik, serta masukan sangat diharapkan dari semua pihak demi kesempurnaan buku ini.

Perkenankan pula kami sebagai penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan dan staf Universitas Mercu Buana Jakarta; pimpinan, staf, dan rekan-rekan dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta;

seluruh civitas akademika Universitas Mercu Buana Jakarta; rekan-rekan mahasiswa strata satu maupun pascasarjana, para pebisnis, maupun semua pihak yang turut membantu, baik moril maupun materiil hingga buku ini dapat diterbitkan.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada pimpinan, staf, dan karyawan Penerbit ANDI Yogyakarta yang telah membantu dengan sepenuh hati tanpa pamrih serta telah memberikan kesempatan yang berharga ini, sehingga buku dapat diterbitkan dan diedarkan kepada masyarakat.

Sebagai bahan pengetahuan, sebuah falsafah Jawa yang ada kaitannya dengan etika dan sampai saat ini cukup relevan adalah *sugih tanpa bandha* (*kaya tanpa harta benda*), *menang tanpa ngasorake* (*menang tanpa merendahkan orang lain*), dan *mikul dbuwur mendem jero* (*sesuatu yang harus dijunjung tinggi dan ada yang harus ditanam dalam-dalam*).

Pada akhirnya, kami sebagai penulis berharap bahwa semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kita semua. Semoga Allah Swt. senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin

Jakarta, April 2015

**Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM**

**Agus Arijanto, SE, MM**



*Falsafah kehidupan dari budaya Jawa yang berkaitan dengan etika adalah sa-sa-sa*

sabar atine (selalu sabar hatinya)

sabar pikolahe (selalu saleh)

sareh tumindake (selalu bijaksana)

*Falsafah hidup tersebut adalah sebuah pesan moral yang pernah disampaikan oleh Alm. Bpk. Jend. Besar (Purn.) TNI HM Soeharto (Mantan Presiden RI) yang pada saat ini sudah hampir dilupakan banyak orang dalam bersikap dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika, norma, dan sopan santun dalam bermasyarakat dan melakukan kegiatan sehari-hari.*



# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
BAB 1 Pendahuluan .....	1
▪ Sejarah Etika Bisnis .....	4
▪ Pengertian Etika Bisnis.....	7
▪ Hubungan Antara Etika, Moral, dan Norma.....	14
▪ Definisi Umum Norma.....	15
▪ Teori-teori Etika .....	18
▪ Pentingnya Etika Bisnis dalam Berbisnis .....	22
▪ Studi Kasus: Teori Etika.....	33
BAB 2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis .....	35
▪ Prinsip-prinsip Etika Bisnis dan Etika Profesi .....	35
▪ Prinsip-prinsip Etika Profesi.....	37
▪ Bisnis sebagai Profesi yang Baik dan Mulia.....	38
▪ Pandangan Praktis dan Realistis .....	40
▪ Pandangan Ideal .....	43
▪ Apakah Beretika Itu? .....	46
▪ Etika Profesi.....	50
▪ Studi Kasus: Etika Profesi Dokter .....	51
BAB 3 Etika Bagi Mahasiswa .....	54
▪ Kewajiban dan Hak Mahasiswa.....	55
▪ Pengertian Etika dan Peranannya Bagi Mahasiswa .....	56
▪ Hubungan Etika dan Mahasiswa.....	59
▪ Kebebasan dan Tanggung Jawab .....	60
▪ Anarkisme, Mahasiswa, dan Etika .....	62



▪ Aktivitas Mahasiswa .....	63
▪ Etika Pergaulan .....	64
▪ Etika Berkreasi .....	64
▪ Etika Berekspresi .....	65
▪ Etika Berbusana .....	66
▪ Etika Berkomunikasi melalui Pesan Singkat (SMS) kepada Dosen .....	68
BAB 4 Kegiatan Bisnis dan Lingkungannya .....	73
▪ Pengertian Bisnis .....	73
▪ Kesempatan Melakukan Kegiatan Bisnis .....	76
▪ Pengaruh Lingkungan .....	79
▪ Perkembangan Dinamika Lingkungan .....	81
▪ Faktor Internal dan Eksternal yang Memengaruhi Dunia Bisnis.....	84
▪ Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Lingkungannya .....	87
▪ Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Lingkungan.....	91
▪ Ketergantungan pada Lingkungan Perusahaan .....	94
▪ Budaya Perusahaan.....	97
▪ Budaya Kerja Universitas Mercu Buana.....	102
▪ Adakah Budaya Perusahaan di Indonesia? .....	103
▪ Studi Kasus: Budaya Perusahaan .....	106
BAB 5 Budaya Perusahaan dan Etika Bisnis .....	109
▪ Pengertian Budaya Perusahaan .....	112
▪ Manfaat Budaya Perusahaan.....	115
▪ Pemahaman dalam Implementasi Konsep Budaya.....	118
▪ Faktor-faktor yang Menentukan dalam Menciptakan Budaya Perusahaan.....	121
▪ Kemanfaatan Budaya Perusahaan .....	122
▪ Hubungan Etika dengan Budaya Perusahaan .....	123
▪ Berawal dari <i>Knowledge</i> menjadi <i>Habit</i> .....	126
▪ Pengaruh Etika terhadap Budaya Perusahaan .....	128
BAB 6 Keadilan dalam Bisnis .....	131
▪ Teori Keadilan Adam Smith.....	136
▪ Prinsip Keadilan Distributif Rawls .....	139

▪ Masalah Kesenjangan Sosial Ekonomi.....	142
▪ Studi Kasus: Kartu Jaminan Kesehatan untuk Layanan Kesehatan Masyarakat yang Kurang Mampu .....	145
▪ Asas Keadilan Bagi Pelaku Bisnis.....	148
▪ Studi Kasus: Pengenaan Pajak terhadap UKM .....	149
BAB 7 Etika dalam Kegiatan Produksi dan Pemasaran.....	155
▪ Etika dalam Produksi Barang dan Jasa.....	156
▪ Etika dalam Kegiatan Pemasaran.....	158
▪ Sekilas Mengenai Pemasaran .....	160
▪ Pengertian Perlindungan terhadap Konsumen.....	162
▪ Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	163
▪ Studi Kasus: Prita terhadap Perlindungan Konsumen.....	167
▪ Positif dan Negatif dari Undang-Undang ITE .....	169
▪ Masalah Kejahatan Dunia Maya ( <i>Cyber-Crime</i> ).....	171
▪ Etika dalam Penggunaan Multimedia.....	177
▪ Etika dalam Penggunaan Surat Elektronik ( <i>E-Mail</i> ) .....	170
▪ Dampak Negatif Penyalahgunaan Surat Elektronik dan Multimedia.....	178
▪ Studi Kasus: <i>Cyber Crime</i> di Bareskrim Mabes Polri.....	190
BAB 8 Etika Bisnis dalam Manajemen Sumber Daya Manusia.....	192
▪ Implementasi Manajemen SDM .....	194
▪ Masalah-masalah Hukum dan Etika dalam Manajemen SDM .....	203
▪ Hak dan Kewajiban Karyawan dan Perusahaan .....	205
▪ Jenis-jenis Hak dan Kewajiban .....	206
▪ Kewajiban terhadap Masyarakat atau Sesama .....	210
▪ Hak dan Kewajiban Perusahaan terhadap Karyawan .....	214
▪ Hubungan antara Hak dan Kewajiban Karyawan dan Perusahaan.....	216
▪ Macam-macam Hak Bagi Pekerja/Karyawan .....	217
▪ <i>Whistle Blowing</i> .....	220
▪ Pasar Global SDM .....	221
▪ SDM Indonesia dalam Persaingan Global .....	228

BAB 9 Etika Bisnis dalam Bidang Manajemen Keuangan.....	251
▪ Peranan Manajemen Keuangan dalam Perusahaan (Peluang Karier sebagai Manajer Keuangan) .....	252
▪ Fungsi-fungsi Manajemen Keuangan .....	254
▪ Ruang Lingkup Manajemen Keuangan .....	254
▪ Keputusan dalam Manajemen Keuangan .....	255
▪ Tujuan Manajemen Keuangan .....	255
▪ Fungsi Utama Manajer Keuangan .....	256
▪ Peran Akuntansi dalam <i>Corporate Governance</i> .....	258
BAB 10 Etika Politik dan Bisnis.....	265
▪ Etika Politik dan Pemerintahan.....	266
▪ Etika Politik Penguasa dalam Bernegara .....	268
▪ Pandangan Umum Etika Berpolitik .....	270
▪ Tinjauan Kasus: Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden .....	272
▪ Kasus Etika Berpolitik di Jepang .....	280
▪ Studi Kasus: Pemilihan Menteri .....	282
▪ Studi Kasus: Etika sebagai Pejabat Negara.....	288
▪ Pengertian Kode Etik Kepolisian.....	288
▪ Kode Etik Polisi .....	290
▪ Studi Kasus: Etika Kepolisian.....	291
BAB 11 Hukum Bisnis .....	295
▪ Pengertian Hukum.....	295
▪ Teori <i>Utility</i> (Kemanfaatan) .....	297
▪ Kepastian Hukum (Yuridis Formal) menurut Van Kan.....	297
▪ Fungsi Hukum .....	299
▪ Definisi Hukum Bisnis .....	302
▪ Etika Bisnis Internasional.....	305
▪ Penyesuaian Diri dalam Bisnis Internasional .....	307
BAB 12 Tata Kelola Perusahaan, Birokrasi, dan Korporasi .....	312
▪ Definisi <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	312
▪ Arti Pentingnya <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	315

▪ Prinsip-prinsip <i>Good Corporate Governance</i> .....	317
▪ Tujuan Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> .....	322
▪ Manfaat dan Faktor Penerapan GCG .....	323
▪ Faktor Eksternal .....	325
▪ Faktor Internal .....	326
▪ Prinsip-prinsip <i>Good Corporate Governance</i> .....	328
▪ Cara Melaksanakan Tata Kelola Perusahaan .....	330
BAB 13 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	335
▪ Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat .....	335
▪ CSR terhadap <i>Global Warming</i> .....	340
▪ Etika dalam Kepemimpinan Manajerial .....	344
BAB 14 Organisasi Bisnis yang Baik dan Rasional .....	350
▪ Definisi Budaya Kerja Organisasi .....	352
▪ Organisasi Bisnis Perusahaan .....	354
▪ Karyawan Merupakan Bagian Organisasi Bisnis .....	358
▪ Tanggung Jawab Perusahaan kepada Karyawan .....	361
▪ Manajer sebagai Pimpinan Organisasi Bisnis .....	363
▪ Organisasi Politik yang Beretika .....	366
BAB 15 Pancasila sebagai Landasan Etika Bisnis .....	372
▪ Etika Bisnis sebagai Landasan Tanggung Jawab Pelaksanaan Bisnis .....	375
▪ Pancasila sebagai Dasar Negara dan Ideologi .....	378
▪ Pancasila sebagai Sumber Norma Hukum .....	391
▪ Pancasila sebagai Norma Etika .....	393
▪ Etika Politik .....	396
▪ Demokrasi Masyarakat dan Penegakan Hukum .....	402
▪ Masyarakat dan Penguatan Jejaring Penegakan Hukum .....	404
BAB 16 Etika Bisnis dan Implementasi <i>E-Commerce</i> Bagi Pebisnis .....	409
▪ <i>E-Commerce</i> .....	411
▪ Sejarah <i>E-Commerce</i> .....	412
▪ Penyebab Pesatnya Perkembangan <i>E-Commerce</i> .....	415

▪ Isu-isu /Masalah pada Pelaksanaan <i>E-Commerce</i> .....	416
▪ Etika Bisnis, <i>E-Commerce</i> , dan Penegakan Hukum .....	419
▪ Dampak <i>E-Commerce</i> terhadap Dunia Bisnis .....	423
▪ Proses <i>E-Commerce</i> dalam Dunia Bisnis .....	424
▪ Faktor Keberhasilan <i>E-Commerce</i> dalam Dunia Bisnis.....	427
▪ Manfaat <i>E-commerce</i> Bagi Organisasi, Konsumen, dan Masyarakat Luas .....	428
▪ Dampak Positif dan Negatif <i>E-Commerce</i> Bagi Dunia Bisnis.....	429
▪ Kelemahan dan Kendala <i>E-Commerce</i> .....	431
Bab 17 Penutup .....	434
DAFTAR PUSTAKA.....	

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat dan dinamis saat ini tentunya harus diimbangi dengan suatu aturan atau norma yang dapat mengatur kegiatan bisnis itu sendiri. Hal itu bertujuan supaya pihak-pihak pemangku kepentingan (stakeholder) dapat melakukan kegiatan bisnisnya dengan baik, lancar, dan berkesinambungan. Bahkan dalam suatu kegiatan bisnis, hal itu dapat mendatangkan manfaat dan laba yang optimal bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Etika dan integritas merupakan suatu keinginan yang murni dalam membantu orang lain. Kejujuran yang tinggi adalah kemampuan melakukan analisis pada batas-batas kompetisi seseorang, kemampuan untuk mengakui kesalahan, dan belajar dari kegagalan. Dalam persaingan, inilah yang harus dicermati belakangan ini. Kata tersebut telah mengisyaratkan sebuah konsep bahwa mereka yang berhasil adalah orang yang mahir mengalahkan musuh-musuhnya. Banyak yang mengatakan bahwa kompetisi lambang ketamakan/kerakusan. Padahal, bisnis dan perdagangan dunia yang lebih bebas pada masa kini dan di masa mendatang justru akan mempromosikan kompetisi/persaingan yang sehat, tetapi sesuai dengan etika bisnis yang telah dibangun.

Melalui ilmu ini didapatkan suatu pemikiran bahwa kita ditantang untuk terjun ke pasar bebas dunia (globalisasi) di masa mendatang. Kemampuan bersaing (*competitive ability*) seharusnya sama sekali tidak ditentukan oleh ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan. Hal inilah yang sering dikonsepskan berbeda oleh pelaku-pelaku bisnis di Indonesia. Jika perusahaan ingin mencapai target keberhasilan di era globalisasi, sudah saatnya dunia bisnis di Indonesia harus mampu menciptakan kegiatan bisnis yang bermoral dan beretika, berjalan seiring dan saling membutuhkan antara golongan menengah ke bawah dan pengusaha golongan atas.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan tanggung jawab sosial, menerapkan konsep pembangunan yang berkelanjutan, menghindari sikap yang kurang etis (koneksi, kolusi, dan korupsi), dan mampu mengatakan yang benar itu adalah benar. Dengan adanya moral dan etika dalam dunia bisnis, serta kesadaran semua pihak untuk melaksanakannya, kita yakin kesenjangan sosial dapat dikurangi, selain itu kendala-kendala dalam menghadapi era globalisasi juga dapat diatasi.

*Etika bisnis merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku-pelaku bisnis di mana pun berada. Masalah etika dan ketaatan pada hukum yang berlaku merupakan dasar yang kokoh yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis karena akan menentukan tindakan apa dan perilaku bagaimana dalam berbisnis. Hal ini merupakan tanggung-jawab kita bersama, bukan hanya tanggung-jawab pelaku bisnis tersebut, sehingga diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermataabab yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, dan negara.*

Moral seorang pengusaha maupun pelaku bisnis adalah sesuatu yang dapat mendorong orang lain untuk melakukan kebaikan, bertindak sebagai rambu-rambu (*sign*) yang merupakan kesepakatan secara sukarela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang baik, seimbang, selaras, dan serasi.

Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah barang tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok terkait lainnya.



Simbol globalisasi ekonomi

Dunia bisnis meskipun tidak ada hubungan antara pengusaha dan pengusaha, tetapi mempunyai kaitan secara nasional bahkan kancah internasional. Tentunya dalam hal ini, upaya mewujudkan etika berbisnis perlu dicermati dan dibahas secara transparan antara semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika sementara pihak lain berpijak pada apa yang mereka inginkan. Artinya, jika ada pihak terkait yang tidak mengetahui dan menyetujui adanya etika moral dan etika, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa diwujudkan. Jadi, jelas untuk menghasilkan suatu etika di dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan lainnya tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapa pun dalam perekonomian.

## Sejarah Etika Bisnis

Pada sekitar tahun 1970-an, istilah kata “etika bisnis” pertama kali muncul di Amerika Serikat dan cepat sekali menyebar ke belahan dunia lain. Sudah berabad-abad lamanya etika menjadi bahan pembicaraan secara ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis sebagai salah satu topik penting untuk dikembangkan di zaman bisnis modern. Filsafat berkembang di zaman filsuf Plato, Aristoteles, dan filsuf Yunani lainnya yang membahas bagaimana pengaturan

interaksi kehidupan bisnis manusia bersama dalam negara, ekonomi, dan kegiatan niaga. Filsafat dan teologi zaman pertengahan serta kelompok Kristen maupun Islam tetap membahas hal yang dianggap penting tersebut. Moralitas ekonomi dan bisnis merupakan pembahasan intensif filsafat dan teknologi zaman modern. Para ilmuwan filsuf, pebisnis Amerika Serikat, dan negara lain di dunia mendiskusikan etika bisnis sehubungan dengan konteks agama dan teologi sampai sekarang.

Pada tahun 1980-an di daratan Eropa atau barat, etika bisnis sebagai ilmu baru berkembang kira-kira sepuluh tahun kemudian, diawali oleh negara Inggris yang secara geografis maupun kultural paling dekat dengan Amerika Serikat, disusul kemudian oleh negara-negara Eropa Barat lainnya. Pada saat ini etika bisnis bisa dipelajari dan dikembangkan di seluruh dunia. Kita mendengar tentang kehadiran etika bisnis di Amerika Latin, Asia, Eropa Timur, dan di kawasan Asia lainnya. Sejak dimulainya liberalisasi ekonomi di Eropa Timur dan runtuhnya sistem politik dan ekonomi komunisme tahun 1980-an, Uni Soviet yang saat ini merupakan Negara Rusia dan negara eks-komunis lainnya merasakan manfaat etika bisnis. Pemahaman etika bisnis mendorong peralihan sistem sosialis ke ekonomi pasar bebas berjalan lebih lancar. Etika bisnis sangat dibutuhkan oleh semua orang dan sudah menjadi kajian ilmiah meluas, sehingga etika bisnis semakin dapat disejajarkan dengan ilmu-ilmu lain yang sudah mapan dan memiliki ciri-ciri khusus sebagai sebuah cabang ilmu. Keprihatinan moral terhadap bisnis saat ini telah memasuki tahapan yang lebih maju dari sekedar ukuran tradisional. Zaman multinasional konglomerat dan korporasi sedang berkembang secara signifikan. Kini masyarakat pada umumnya berada dalam fase perkembangan bisnis dan ekonomi kapitalisme sejak jatuhnya sistem komunisme, maka kapitalisme berkembang pesat tanpa timbul hambatan yang berarti. Pada saat ini bisnis telah menjadi besar meninggalkan bisnis tradisional yang semakin terdesak bahkan tersisih karena perkembangan zaman. Kekayaan mayoritas perusahaan swasta di berbagai negara dapat melebihi kekayaan negara.

Seiring dengan adanya globalisasi, maka dunia bisnis pun mau tidak mau harus mengikuti keadaan ini. Oleh karena itu perusahaan yang melakukan aktivitas bisnisnya, tentu harus mengikuti norma-norma dan aturan yang berlaku pada zaman sekarang. Kegiatan bisnis yang penuh dengan pasang surut, siasat, taktik maupun cara-cara strategis, dan bahkan jegal-menjegal antara pesaingnya sering kali kita ketahui bersama.

Hal ini dapat dipahami apabila masyarakat secara umum, terutama pada pelaku bisnis agak sulit mengerti hubungan antara bisnis dan etika karena hal ini merupakan sebuah kontradiktif. Namun pada kenyataannya, pelaku bisnis maupun institusi bisnis yang tidak melakukan kegiatannya sesuai norma, aturan, maupun etika akan mendapatkan citra yang buruk di masyarakat dan cepat atau lambat merugikan perusahaan itu sendiri. Ditambah lagi dengan cepatnya arus informasi dan perkembangan teknologi saat ini maka segala bentuk kegiatan yang konotasinya negatif akan cepat menyebar luas, misalnya melalui internet, sosial media, dan telepon selular (sms, mms, bbm, dan sebagainya).



Kegiatan bisnis yang dilakukan sesuai dengan aturan, norma, dan etika dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri maupun masyarakat secara luas. Citra perusahaan yang baik seperti akuntabel dan memiliki *good corporate governance* adalah citra perusahaan yang penting di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Untuk mengetahui etika bisnis secara lebih terperinci, berikut diuraikan beberapa tahapan perkembangannya menurut Bertens (2000).

1. ***Zaman prasejarah***: pada awal sejarah filsafat, Plato, Aristoteles, dan filsuf-filsuf Yunani lain menyelidiki bagaimana sebaiknya mengatur kehidupan manusia bersama dalam negara serta membahas bagaimana kehidupan ekonomi dan kegiatan niaga harus diatur.
2. ***Masa peralihan pada tahun 1960-an***: dimulai dengan pemberontakan terhadap kuasa dan otoritas di Amerika Serikat (AS), revolusi mahasiswa (di ibukota Perancis), dan penolakan terhadap *establishment* (kemapanan). Hal ini menjadi perhatian dunia pendidikan khususnya bidang ilmu manajemen, dengan ditambahkan mata kuliah baru dalam kurikulum bernama *Business and Society*. Topik masalah yang paling sering dibahas adalah *corporate social responsibility*.
3. ***Etika bisnis lahir di Amerika Serikat pada tahun 1970-an***: sejumlah filsuf mulai terlibat dalam memikirkan masalah-masalah etis di sekitar bisnis dan etika bisnis dianggap sebagai suatu tanggapan tepat atas krisis moral yang sedang meliputi dunia bisnis di Amerika Serikat pada saat itu.
4. ***Etika bisnis meluas tahun 1980-an di Eropa Barat***: etika bisnis sebagai ilmu baru mulai berkembang kira-kira 10 tahun kemudian. Terdapat forum pertemuan antara akademisi dari universitas-universitas serta sekolah bisnis yang disebut *European Business Ethics Network* (EBEN).
5. ***Etika bisnis menjadi fenomena secara global pada tahun 1990-an***: etika bisnis tidak hanya terbatas lagi pada dunia barat (Eropa, Amerika Serikat), tetapi sudah dikembangkan di seluruh dunia. Bahkan telah didirikan *International Society for Business, Economics, and Ethics* (ISBEE) yang telah diadakan pada tanggal 25–28 Juli 1996 beberapa tahun lalu di Tokyo, Jepang.

## Pengertian Etika Bisnis

Untuk memahami arti dari “etika” itu sendiri, maka perlu membandingkannya dengan moralitas. Baik etika maupun moralitas sering dipakai secara bersamaan serta dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan begitu saja. Sehubungan dengan hal tersebut, secara teoretis kata “etika” yang berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” dapat berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal ini

berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya.

Pengertian tersebut relatif sama dengan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa Latin “*mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi pengertian secara umum, etika dan moralitas sama-sama merupakan sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.

Di samping itu, etika juga dapat dipahami dalam pengertian yang berbeda dengan moralitas. Dalam pengertian ini “etika” mempunyai pengertian yang jauh lebih luas daripada sekedar moralitas dan etika dalam pengertian pertama.

Etika dalam pengertian kedua ini berarti filsafat moral atau ilmu yang membahas nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika dalam pengertian pertama. Dengan demikian, *etika dalam pengertian yang pertama* berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam kehidupannya. Hal ini berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang nyata. Sementara *etika pada pengertian kedua* lebih normatif sehingga mengikat setiap pribadi manusia.

Dengan demikian, etika dalam pengertian kedua dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai berikut.

Nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia. Misalnya, berbuat baik terhadap sesama manusia, saling toleransi, dan saling tolong-menolong untuk kebaikan.

Masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai-nilai dan norma-norma moral yang umum diterima.

Menurut pendapat **Magnis Suseno**, *etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran sebagaimana etika dalam pengertian kedua. Sebagai ilmu yang menitikberatkan refleksi kritis dan rasional, etika mempersoalkan apakah nilai dan norma moral tertentu harus dilaksanakan dalam situasi konkret yang dihadapi seseorang.*

Oleh karena itu, suatu etika membutuhkan evaluasi kritis atas seluruh situasi yang terkait. Semua informasi dibutuhkan sebanyak-banyaknya dan selengkap mungkin (komprehensif), baik yang menyangkut nilai dan norma moral maupun informasi secara empiris tentang situasi yang belum terjadi atau telah terjadi. Hal itu untuk memungkinkan seseorang bisa mengambil suatu keputusan yang tepat, baik tentang tindakan yang akan dilakukan maupun tentang tindakan yang telah dilakukan oleh pihak tertentu. Dalam hal ini, terdapat beberapa pertimbangan mengenai *motif, tujuan, akibat pihak terkait, dampak, besarnya risiko bila dibandingkan manfaat, keadaan psikis pelaku, dan tindakan intelegensi.*

Dalam bahasa Kant, etika adalah suatu usaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak secara otonom dan bukan secara heteronom. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Kebebasan dan tanggung jawab adalah unsur yang mendasar dari otonomi moral yang merupakan salah satu prinsip utama moralitas, termasuk etika bisnis yang akan dibahas.

Sebagaimana uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa *etika bisnis* adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral yang diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Velasquez 2005). Sementara menurut Caroll & Buchholtz, *ethics is the discipline that deals with what is good and bad and with moral duty and obligation. Ethics can also be regarded as a set of moral principles or values. Morality is a doctrine or system of moral conduct. Moral conduct refers to that which relates to principles of right and wrong in behavior. Business ethics, therefore, is concerned with good and bad or right and wrong behavior that takes place within a business context. Concepts of right and wrong are increasingly being interpreted today to include the more difficult and subtle questions of fairness, justice, and equity.*

Secara sederhana, yang dimaksud dengan “etika bisnis” adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan masyarakat. Hal itu mencakup bagaimana seseorang pelaku bisnis menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Makna etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

Von der Embse dan RA Wagley dalam artikelnya di *Advance Managemen Journal* (1988) memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis.

***Pendekatan manfaat (utilitarian approach):*** setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.

***Pendekatan hak azazi manusia (individual rights approach):*** setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus



dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.

***Pendekatan hukum (justice approach)***: para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik secara perseorangan maupun kelompok.

Di dalam perusahaan, etika bisnis memiliki peranan yang relatif penting yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kuat, memiliki daya saing yang tinggi, serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, sehingga diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan (*corporate culture*) yang andal, serta “etika perusahaan” yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Pada dasarnya aplikasi dari etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan, baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang karena memberi manfaat sebagai berikut.

Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun eksternal.

Mampu meningkatkan motivasi pekerja.

Melindungi prinsip kebebasan berdagang/berbisnis.

Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Jika terdapat tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat. Hal itu menjadi kontraproduktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, dan larangan beroperasi. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak menolerir tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier.

Perlu dipahami, karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin mempertahankan karyawannya. Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari, maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan ke dalam manajemen korporasi dengan cara berikut.

- Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (*code of conduct*).
- Memperkuat sistem pengawasan.
- Menyelenggarakan pelatihan (*training*) untuk karyawan secara terus-menerus.

Dalam upaya menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain sebagai berikut.

- Pengendalian diri (*self control*). Bagaimana perusahaan dapat mengendalikan dirinya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Misalnya, perusahaan tidak melakukan tindakan melanggar hukum, norma, dan aturan yang berlaku dalam memenangkan persaingannya.
- Pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*). Di samping perusahaan mencari profit, tetapi memiliki tanggung jawab sosial yang harus diberikan kepada masyarakat dan lingkungannya. Tujuannya agar eksistensi perusahaan dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua *stakeholder* perusahaan.
- Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi.
- Menciptakan persaingan yang sehat.
- Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”.
- Menghindari sifat KKN (Kolusi, Korupsi, dan Nepotisme) yang merusak tatanan moral.
- Harus mampu untuk menyatakan hal benar itu adalah benar.
- Membentuk sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha lemah.
- Konsekuen dan konsisten dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama.
- Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati (*sense of belonging*).
- Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan maupun perundang-undangan.



Implementasinya, dalam menjalankan usaha pelaku bisnis terbentur permasalahan dalam mewujudkan etika bisnis itu sendiri. Adapun permasalahan yang dihadapi para pelaku bisnis yang berkaitan dengan etika bisnis pada dasarnya ada 3 jenis.

1. **Sistematis** adalah masalah-masalah sistematis dalam etika bisnis yang muncul mengenai sistem ekonomi, politik, hukum, dan sistem sosial lainnya di mana bisnis beroperasi.
2. **Korporasi** adalah permasalahan korporasi yang mencakup pertanyaan tentang moralitas aktivitas, kebijakan, praktik, dan struktur organisasi perusahaan individual sebagai keseluruhan.
3. **Individu** adalah pertanyaan yang muncul seputar individu tertentu dalam perusahaan. Masalah ini termasuk pertanyaan tentang moralitas keputusan, tindakan, dan karakter individual dalam melakukan aktivitasnya di perusahaan.

## Hubungan Antara Etika, Moral, dan Norma

Apakah etika dan etiket itu sama? Dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita menganggap keduanya mempunyai arti yang sama, tapi sebenarnya ada perbedaan di antara keduanya. Etiket berasal dari bahasa Perancis yaitu "*ethiquete*" yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia, sedangkan etika berasal dari bahasa Yunani/Latin berarti falsafah moral dan merupakan bagaimana cara hidup yang baik dan benar dilihat dari sosial, budaya, dan agama. Walaupun demikian keduanya juga memiliki kesamaan berikut.

- . Keduanya mempunyai objek yang sama yaitu perilaku atau tindak tanduk manusia.
- . Keduanya mengatur perilaku manusia secara normatif, yang berarti perilaku manusia apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

Etika sebagai filsafat moral tidak langsung memberi perintah konkret sebagai pedoman ataupun tolok ukur yang siap pakai. Etika dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai hal-hal berikut.

Nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia.

Masalah kehidupan manusia yang berdasar pada nilai dan norma moral yang umum diterima.

Untuk itu dalam praktik sehari-hari, pelaku bisnis harus mengetahui norma-norma yang berlaku di mana kegiatan bisnis tersebut dilakukan. Untuk itu perlu dipelajari juga mengenai norma.

## Definisi Umum Norma

Dari segi bahasa, “**norma**” berasal dari bahasa Inggris yakni “*norm*”. Dalam kamus Oxford, *norm* berarti *usual or expected way of behaving* yaitu norma umum yang berisi bagaimana cara berperilaku.

**Norma** adalah patokan perilaku dalam satu kelompok tertentu, norma memungkinkan seseorang untuk menentukan terlebih dahulu bagaimana tindakannya itu akan dinilai oleh orang lain, norma juga merupakan kriteria bagi orang lain untuk mendukung atau menolak perilaku seseorang. Norma juga merupakan sesuatu yang mengikat dalam sebuah kelompok masyarakat, yang selanjutnya disebut norma sosial karena menjaga hubungan dalam bermasyarakat. Norma pada dasarnya adalah bagian dari kebudayaan karena awal dari sebuah budaya itu sendiri adalah interaksi antara manusia pada kelompok tertentu yang nantinya akan menghasilkan sesuatu yang disebut norma. Oleh karena itu, definisi budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Adapula yang mengartikan norma sebagai nilai karena norma merupakan realisasi dari nilai. Norma adalah perwujudan dari nilai. Oleh karena itu pada setiap norma pasti terkandung nilai di dalamnya, nilai sekaligus menjadi sumber bagi norma. Tanpa ada nilai tidak mungkin terwujud norma. Sebaliknya, tanpa dibuatkan norma maka nilai yang hendak dijalankan itu mustahil terwujud. Jika berbicara norma, norma dibagi menjadi dua yaitu norma yang datang dari Tuhan dan norma yang dibuat oleh manusia. Norma yang pertama disebut norma agama, sedangkan yang kedua disebut norma sosial, meskipun pada dasarnya keduanya dalam orientasi yang sama, yakni mengatur kehidupan manusia agar menjadi manusia yang berbudaya dan beradab.

Unsur pokok menurut *Berry* adalah tekanan sosial terhadap anggota-anggota masyarakat untuk menjalankan norma-norma tersebut. Latar belakang pemikirannya adalah apabila aturan-aturan yang tidak dikuatkan oleh aturan-aturan sosial, maka ia tidak bisa dianggap sebagai norma sosial sebab norma disebut sebagai norma sosial bukan saja karena telah mendapatkan sifat kemasyarakatannya, tetapi telah dijadikan patokan hidup dalam berperilaku.

Pengertian dari “**norma umum**” adalah sebuah aturan yang bersifat umum atau universal. Norma umum meliputi norma sopan santun, norma hukum, dan norma moral.

**Norma sopan santun** disebut juga norma etiket adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia. Misalnya, menyangkut sikap dan perilaku seperti saat bertamu, makan dan minum, cara duduk, dan berpakaian. Norma ini lebih menyangkut tata cara lahiriah dalam pergaulan sehari-hari.

**Norma hukum** adalah norma yang dituntut keberlakuannya secara tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan niscaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Norma ini mencerminkan harapan, keinginan, dan keyakinan seluruh anggota masyarakat serta bagaimana masyarakat tersebut harus diatur secara baik untuk kesejahteraan bersama.



**Norma moral** adalah aturan mengenai sikap dan perilaku sebagai manusia. Norma ini menyangkut aturan tentang baik buruk serta adil tidaknya tindakan dan perilaku manusia sejauh dilihat sebagai manusia. Norma moral dipakai sebagai indikator oleh masyarakat untuk menentukan baik-buruknya tindakan manusia kepada pihak lain dengan fungsi dan jabatannya di masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa moralitas bukan hanya sekedar sesuatu yang sentimental dan bukan soal suka atau tidak suka (*like or dislike*). Walaupun mempunyai kaitan dengan perasaan moral, tidak lantas berarti moralitas menjadi hal yang sentimental. Moralitas punya rasionalitas sendiri, paling tidak semua orang yang rasional punya reaksi sama atas kasus atau peristiwa sadis, brutal, dan tidak berperikemanusiaan terlepas dari kaitan personal ataupun emosional dengan pelaku atau korban tertentu.



## Teori-teori Etika

Pada dasarnya teori etika terbagi atas 3 macam.

**Teori deontologi** berasal dari bahasa Yunani "*deon*" yang berarti kewajiban. Etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri yang baik pada diri sendiri. Dengan kata lain, tindakan itu bernilai moral karena dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan tersebut. Contohnya, suatu tindakan bisnis akan dinilai baik bagi pelakunya karena tindakan itu sejalan dengan kewajiban pelaku, dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen serta menawarkan barang dan jasa yang mutunya sebanding dengan harganya. Tindakan tersebut tidak ditentukan oleh akibat atau tujuan baik dari tindakan itu.

**Etika teleologi** adalah etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai atau berdasarkan akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik atau akibat yang ditimbulkannya baik dan bermanfaat. Misalnya, mencuri sebagai etika teleologi tidak dinilai baik atau buruk berdasarkan tindakan itu sendiri, melainkan oleh tujuan dan akibatnya. Jika tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik. Contohnya,



seorang anak mencuri untuk membiayai pengobatan ibunya yang sedang sakit. Tindakan ini baik untuk moral kemanusiaan, tetapi dari aspek hukum jelas hal ini melanggar hukum. Etika teleologi lebih bersifat situasional karena tujuan dan akibat suatu tindakan bisa sangat bergantung pada situasi khusus tertentu. Oleh karena itu, setiap norma dan kewajiban moral tidak bisa berlaku begitu saja dalam situasi sebagaimana dimaksudkan.

**Etika utilitarianisme** adalah paham atau aliran dalam filsafat moral yang menekankan prinsip manfaat atau kegunaan (*the principle of utility*) sebagai prinsip moral yang paling mendasar. Prinsip kegunaan berarti prinsip yang menjadikan kegunaan sebagai tolok ukur pokok untuk menilai dan mengambil keputusan apakah suatu tindakan itu secara moral dapat dibenarkan atau tidak. Tindakan yang secara moral benar adalah tindakan yang berguna. Suatu tindakan dinilai berguna kalau akibat tindakan tersebut, secara keseluruhan, dengan memperhitungkan semua pihak yang terlibat dan tanpa membedakan, membawa akibat baik berupa keuntungan atau kebahagiaan yang semakin besar bagi banyak orang. *The greatest good to the greatest number*. Paham ini menyatakan bahwa di antara semua tindakan yang kita ambil atau di antara semua peraturan yang kita pegang, yang dapat dibenarkan secara moral adalah tindakan atau peraturan yang sejauh dapat kita perhitungkan, akan paling memajukan kepentingan banyak orang, paling menguntungkan, dan paling membawa kebahagiaan mereka.

**Etika** sebagai filsafat moral atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika. Etika sebagai filsafat moral dapat secara langsung memberi perintah nyata sebagai pedoman yang siap pakai. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika sangat menekankan pendekatan kritis dalam melihat dan menggumuli nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan moral yang timbul dalam kehidupan manusia, khususnya bermasyarakat. Dengan demikian, etika dapat dirumuskan sebagai suatu refleksi kritis dan rasional mengenai berikut ini.

Nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia.

Masalah-masalah kehidupan manusia yang berdasarkan pada nilai dan norma-norma moral yang umum diterima.

Bisa dipahami bahwa etika kemudian menjadi sebuah ilmu yang sangat luas dan kompleks karena berkaitan dengan seluruh bidang dan aspek kehidupan manusia. Bersamaan dengan itu, etika dalam pengertian kedua ini membutuhkan bantuan dan masukan dari hampir seluruh ilmu. Tidak berlebihan kalau dikatakan bahwa etika menjadi sebuah ilmu interdisiplin. Sebagai ilmu interdisiplin, di satu pihak ia bertumpu pada nilai dan norma moral yang ada, tetapi di pihak lain ia juga mengandalkan kajian dan informasi dari ilmu lain untuk bisa mengambil keputusan yang tepat, baik untuk bertindak maupun untuk mengevaluasi tindakan tertentu yang telah dilaksanakan.

Karena etika adalah refleksi kritis terhadap moralitas, maka etika tidak bermaksud

membuat manusia bertindak sesuai dengan moralitas begitu saja. Etika memang pada akhirnya mengharapkan agar orang bertindak sesuai dengan nilai dan norma moral yang berlaku, tetapi kesesuaian itu bukan semata-mata karena tindakan yang baik diperintah oleh moralitas (oleh nenek moyang, orang tua, guru, bahkan Tuhan), melainkan karena ia sendiri tahu dan sadar bahwa hal itu memang baik bagi dirinya dan baik bagi orang lain. Ia sadar secara kritis dan rasional bahwa ia memang sepatutnya bertindak seperti itu. Atau sebaliknya, kalau ia akhirnya bertindak tidak sesuai dengan nilai dan norma moral tertentu, itu dilakukan karena alasan-alasan tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan bukan hanya ikut-ikutan. Dengan kata lain, etika sebagai ilmu menuntut orang untuk berperilaku moral secara kritis dan rasional. Etika sebagai ilmu menghimbau orang untuk memiliki moralitas tuan bukan moralitas hamba.

**Norma.** Secara umum kita dapat membedakan dua macam norma yaitu norma umum dan norma khusus. Norma khusus adalah aturan yang berlaku dalam bidang kegiatan khusus, misalnya aturan olahraga, aturan pendidikan, dan aturan di sebuah sekolah. Norma khusus hanya berlaku untuk bidang itu saja, sejauh orang masuk ke dalam bidang itu dan tidak berlaku ketika orang keluar dari bidang itu. Norma umum sebaliknya lebih bersifat umum dan sampai tingkat tertentu dikatakan bersifat universal. Norma umum terdiri atas 3 macam.

- Norma sopan santun atau norma etiket adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia, misalnya menyangkut sikap dan perilaku seperti bertamu, makan dan minum, duduk, dan berpakaian. Norma ini lebih menyangkut tata cara lahiriah dalam pergaulan sehari-hari. Norma ini tidak menentukan baik buruknya seseorang sebagai manusia karena ia hanya menyangkut sikap dan perilaku lahiriah. Kendati perilaku dan sikap lahiriah bisa menentukan pribadi seseorang, tidak dengan sendirinya sikap ini menentukan sikap moral seseorang.
- Norma hukum adalah norma yang dituntut keberlakuannya secara tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan niscaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Norma ini mencerminkan harapan, keinginan, dan keyakinan seluruh anggota masyarakat tentang bagaimana hidup bermasyarakat yang baik dan bagaimana masyarakat tersebut harus diatur secara baik. Oleh karena itu, ia mengikat semua anggota masyarakat tanpa kecuali.
- Norma moral adalah aturan mengenai sikap dan perilaku sebagai manusia. Norma ini menyangkut aturan tentang baik buruk, adil tidaknya tindakan dan perilaku manusia sejauh ia dilihat sebagai manusia. Norma moral menjadi tolok ukur yang dipakai oleh masyarakat untuk menentukan baik buruknya tindakan manusia, entah sebagai anggota masyarakat ataupun sebagai orang dengan jabatan atau profesi tertentu. Norma moral diharapkan untuk dipatuhi oleh setiap orang tanpa mempedulikan sanksi atau hukuman karena memang norma moral tidak mengenal sanksi semacam itu.



## Pentingnya Etika Bisnis dalam Berbisnis

Sering sekali dijumpai pertanyaan bahwa "apakah etika bisnis" memang perlu dalam melakukan kegiatan bisnis? Bukankah bisnis dan etika adalah dua hal yang bertolak belakang dan berbeda? Pada kenyataannya memang demikianlah opini masyarakat yang sering beredar, terutama masyarakat yang berkecimpung di dunia bisnis.

Ada sebagian masyarakat dan pelaku bisnis berpendapat bahwa etika bisnis hanyalah teori di kampus-kampus. Pada kenyataannya, jika memang mau untung, sering kita harus melupakan dan melanggar etika jika diperlukan. Apakah memang demikian yang benar dalam berbisnis? Oleh karena itu, kita harus melihat terlebih dulu, apa sebenarnya pengertian etika tersebut. Apakah etika itu? Kita tahu, banyak sekali definisi yang berkaitan dengan etika. Namun pada intinya, semua norma atau aturan umum yang perlu diperhatikan dalam berbisnis merupakan sumber dari nilai-nilai luhur dan perbuatan yang baik. Etika berbeda dengan hukum, aturan, ataupun regulasi karena hukum dan regulasi jelas aturan main dan sanksinya. Dengan kata lain, hukum atau regulasi adalah etika yang sudah diformalkan. Misalnya, undang-undang dan peraturan lalu lintas.

Dengan demikian, etika tidak memiliki sanksi yang jelas, selain barangkali sanksi moral, atau sanksi dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Jika bersandar pada definisi hukum, maka melanggar etika belum tentu berarti melanggar hukum dan peraturan yang ada. Jika melanggar hukum, sanksinya jelas berupa pidana atau perdata, sedangkan melanggar etika sanksinya tidak jelas atau hanya sanksi moral semata sehingga etika sering tidak begitu diperhatikan. Etika tidak sama dengan etiket, etiket adalah suatu tata-krama pergaulan pada komunitas dan situasi tertentu yang disepakati secara bersama-sama. Misalnya, cara bertegur sapa yang baik dan cara berjalan yang baik. Ini adalah etiket dan etiket itu bisa jadi merupakan bagian dari etika.

Dalam hal pembahasan mengenai etika, sebagai contoh Anda menjual sebuah mobil dengan kondisi yang buruk atau cacat. Namun dengan suatu cara jitu, Anda berhasil menyembunyikan masalah pada mobil itu sehingga secara kasat mata tidak diketahui oleh pemakai, kecuali setelah menggunakannya beberapa waktu. Kemudian Anda sebagai pelaku bisnis membuat aturan bahwa barang yang telah dijual tidak bisa ditukar/dikembalikan dan barang itu tanpa garansi. Lalu ada orang yang membeli mobil tersebut, tentu saja sebagai orang awam dia tidak bisa

melihat masalah atau kerusakan pada *handset*, sehingga transaksi pun terjadi. Tidak lupa Anda mengingatkan kepada pembeli bahwa barang yang telah dijual tidak bisa ditukar/dikembalikan lagi.



Jual beli mobil bekas, pembeli dan penjual sedang tawar-menawar

Kemudian setelah beberapa waktu, ternyata pembeli itu datang untuk komplain kepada Anda bahwa ada masalah pada mobil yang sudah dia beli dan dia menuntut Anda untuk menggantinya. Kemudian Anda berdalih bahwa waktu terjadi transaksi keadaan barangnya bagus-bagus saja, tidak ada masalah, dan si pembeli tidak komplain. Lalu dengan dalih bahwa barang yang telah dijual tidak bisa ditukar/dikembalikan lagi, Anda akan menolak untuk memperbaiki atau mengganti mobil tersebut, apalagi memang tidak ada garansi. Dalam kasus ini salahkah Anda? Secara hukum bisa jadi Anda benar. Namun dari sudut pandang etika bisnis, Anda jelas-jelas salah. Anda sebenarnya sudah mengetahui bahwa barang tersebut terdapat cacat, tetapi Anda sembunyikan atau tidak memberitahu si pembeli. Artinya, dari awal Anda sudah tidak memiliki itikad baik dalam berdagang. Namun siapa yang bisa mengukur itikad? Sulit sekali! Sudah pasti dengan berbagai alasan ini itu, dari sudut hukum bisa jadi Anda menang. Bahkan undang-undang perlindungan konsumen pun relatif susah digunakan di sini.

Dalam masalah ini mungkin Anda menang, tetapi benarkah Anda menang? Dalam jangka pendek bisa saja dikatakan benar adanya. Namun tentu saja si pembeli tidak akan puas dan karena dia “dikalahkan secara hukum” maka dia akan menulis surat pembaca di koran, menulis di sosial media, menyampaikan keluhan ke lembaga perlindungan konsumen, atau menyampaikan kepada orang-orang lain. Dalam jangka panjang akan terbentuk opini masyarakat mengenai bisnis Anda yaitu menjual barang rusak dan tidak bagus. Ini jelas opini negatif dan berpotensi

untuk menjatuhkan reputasi Anda, lambat-laun bisa jadi pembeli cenderung menurun. Jadi, dalam jangka panjang bisnis Anda bisa bermasalah. Di sini jelas terlihat bahwa sanksi etika hanya berbentuk sanksi moral dan baru terlihat dalam jangka panjang. Dalam jangka pendek, bisnis yang tidak memperhatikan etika bisa jadi akan dapat keuntungan, tetapi jangka panjang biasanya bermasalah dan mendapatkan sanksi moral dari masyarakat.

Oleh karena itu, sekarang Anda sudah tahu bahwa etika itu penting. Selanjutnya bagaimanakah sebenarnya bisnis yang beretika? Apakah standar etika? Tentunya etika tidak memiliki standar karena kalau Anda meminta standar etika, sebenarnya Anda meminta hukum atau regulasi yang formal. Bisa jadi ada aspek-aspek etika yang sudah diformalkan menjadi hukum, aturan, dan regulasi, tetapi masih sangat banyak yang belum. Misalnya, bagaimana Anda memformalkan itikad baik atau menyembunyikan informasi? Dengan mudah alasan-alasan sederhana akan membuat Anda menang.

## Contoh Studi Kasus

Contoh dari iklan produk obat nyamuk “H”. Produk “H” dianggap merupakan obat anti-nyamuk yang efektif dan murah untuk membasmi nyamuk di sekeliling kita. Namun ternyata dengan murahnya harga produk ini membawa dampak negatif bagi konsumen. Di dalam produknya telah ditemukan zat kimia berbahaya dengan kandungan kimia yang dapat membahayakan kesehatan konsumen, yaitu propoxur dan diklorvos. Kedua zat ini berakibat buruk bagi manusia, antara lain keracunan terhadap darah, gangguan pada syaraf, gangguan pernapasan, gangguan terhadap sel pada tubuh, kanker hati, dan kanker lambung. Obat anti-nyamuk “H” yang dinyatakan berbahaya yaitu jenis HIT 2,1 A (jenis semprot) dan HIT 17 L (cair isi ulang). Kementerian Pertanian juga telah mengeluarkan larangan penggunaan diklorvos untuk pestisida dalam rumah tangga sejak awal tahun 2004 (sumber Republika Online). Hal itu memperlihatkan bahwa pemerintah tidak sungguh-sungguh berusaha melindungi masyarakat umum sebagai konsumen. Produsen masih dapat menciptakan produk baru yang berbahaya bagi konsumen tanpa inspeksi pemerintah.

Jenis pelanggarannya adalah prinsip etika bisnis yang dilakukan yaitu kejujuran. Perusahaan tidak memberikan peringatan kepada konsumen mengenai kandungan yang ada pada produk mereka yang sangat berbahaya untuk kesehatan. Perusahaan juga tidak memberi tahu cara penggunaan produk tersebut yaitu setelah suatu ruangan disemprot oleh produk itu, semestinya ditunggu 30 menit terlebih dahulu baru kemudian ruangan dapat digunakan.

Jika dilihat berdasarkan undang-undang, PT Megasari Makmur sudah melanggar beberapa pasal.

*Pasal 4, Hak Konsumen, yaitu Ayat 1: “ hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa” dan Ayat 3: “ hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa”. PT MM tidak pernah memberi peringatan kepada konsumen tentang adanya zat-zat berbahaya di dalam produknya. Akibatnya kesehatan konsumen dibahayakan dengan alasan mengurangi biaya produksi.*



*Pasal 7, Kewajiban Pelaku Usaha, yaitu pada Ayat 2:* “memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan“. PT MM tidak pernah memberi indikasi penggunaan pada produk mereka, seharusnya apabila sebuah kamar disemprot dengan pertisida, harus dibiarkan selama setengah jam sebelum boleh dimasuki lagi.

*Pasal 8 yaitu pada Ayat 1:* “pelaku usaha dilarang memproduksi/memperdagangkan barang/jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan“. Pihak PT MM tetap meluncurkan produk mereka walaupun produk HIT tersebut tidak memenuhi standar dan ketentuan yang berlaku bagi barang tersebut. Seharusnya, produk HIT tersebut sudah ditarik dari peredaran agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, tetapi mereka tetap menjual walaupun sudah ada korban dari produknya.

*Pasal 19 yaitu pada Ayat 1:* ”pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan“, Ayat 2: “ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang/jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku“ serta pada Ayat 3: “pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi“. Menurut pasal tersebut PT MM sebagai produsen harus memberikan ganti rugi kepada konsumen karena telah merugikan para konsumen.

## Kesimpulan

Pelanggaran etika bisnis dapat melemahkan daya saing hasil industri di pasar internasional. Hal ini dapat terjadi disebabkan oleh sikap para pengusaha. Lebih parah lagi jika pelaku bisnis atau pengusaha Indonesia menganggap remeh *etika bisnis* yang berlaku secara umum dan tidak mengikat itu. Dengan adanya kecenderungan makin banyaknya pelanggaran etika bisnis membuat keprihatinan banyak pihak. Pengabdian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional. Bahkan disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama baik mereka sendiri dan negara. Seperti pada contoh kasus PT



MM yang memproduksi obat anti-nyamuk “H” bermasalah yang disebabkan kurangnya pengetahuan dan informasi mengenai kandungan-kandungan apa saja yang terkandung dalam produk tersebut.

Namun demikian, berbagai pemerhati masalah etika di dunia mencoba untuk membuat dasar pedoman pengukurannya. Salah satunya adalah “prinsip bolak-balik” atau prinsip imperatif dalam etika, di mana suatu tindakan dianggap tidak beretika apabila orang lain melakukannya kepada Anda, maka Anda tidak bisa menerimanya. Maksudnya, apakah bisa menerima jika Anda dipukul oleh orang lain? Tentu saja tidak akan mau. Rasanya akan sakit. Berdasarkan “prinsip imbal balik”, maka memukul orang lain dianggap tidak beretika karena Anda pun tidak mau dipukul. Dari uraian di atas maka jelaslah batasannya sangat subjektif sekali. Namun pada prinsip imbal balik (*take and give*) sudah cukup menjadi acuan etika yang sangat berpengaruh.

Apakah Anda bisa menerima jika ternyata dibohongi oleh rekan bisnis ataupun orang lain dalam berbisnis? Tentu jawabannya pasti tidak mau dan akan kecewa, bahkan marah! Dengan demikian, membohongi konsumen atau menyembunyikan informasi yang penting (*information asymmetry*) adalah suatu perilaku bisnis yang tidak beretika. Pada kasus lain, sekelompok penjual kartu isi ulang merek tertentu dengan sengaja menumpuk atau tidak menjual kartu isi ulang dengan harapan akan terjadi kelangkaan di pasar. Untuk itu mereka bisa menaikkan harga atau menjual lebih tinggi sesuai dengan teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi. Secara hukum mungkin saja hal ini melanggar peraturan atau regulasi, tetapi sekali lagi jelas pembuktiannya sangat sulit. Ini adalah masalah itikad baik. Bagaimana pandangan etika mengenai hal ini?

**Prinsip imbal balik** bisa menilai apakah sesuatu itu beretika atau tidak. Apakah kita bisa menerima jika seandainya ada orang lain yang menimbun barang sehingga harganya akan naik dan menjadi mahal dan kita adalah konsumen barang tersebut? Jika kita ikut kesal dengan ulah “spekulan” seperti ini, maka kegiatan menimbun barang tersebut dikategorikan tindakan tidak beretika.

Contoh lainnya, kasus penimbunan BBM jenis premium karena ada isu rencana kenaikan harga yang ditetapkan pemerintah. Para spekulan yang juga sebagai pelaku bisnis memanfaatkan momentum ini dengan menimbun, sehingga terjadi kelangkaan premium seperti yang kita pernah alami beberapa waktu lalu. Hal ini tentunya sudah mengganggu kepentingan masyarakat dan hanya memikirkan keuntungan bagi kelompok dan dirinya sendiri. Kelakuan pebisnis seperti ini sudah barang tentu bisnis dengan mengabaikan etika.

Dapat dibuat kesimpulan bahwa suatu tindakan dianggap beretika apabila Anda pun tidak keberatan jika orang lain melakukan hal itu terhadap diri Anda, sesuai dengan prinsip imbal balik. Masalahnya tidak semua orang memiliki wawasan atau pandangan yang sama. Semakin tinggi tingkat pendidikan, orang yang terdidik atau terpelajar, atau semakin luas wawasan seseorang, maka semakin komprehensif pula analisisnya mengenai etika. Misalnya,

apakah membuang sampah ke saluran air itu melanggar etika? Bagi orang yang tidak mengerti masalah lingkungan hidup, membuang sampah ke saluran air sah-sah saja, dan dia pun tidak keberatan jika ada orang lain yang membuang sampah ke tempat itu. Dalam perspektif ataupun pandangan orang ini, maka jelas dengan membuang sampah sembarangan tidak bertentangan dengan etika. Namun bagi orang yang mengerti masalah lingkungan hidup dan bahaya banjir karena saluran tersumbat, maka dia akan menilai bahwa membuang sampah sembarangan adalah tindakan yang melanggar etika.

Demikian halnya dalam berbisnis, pada kenyataannya tidak semua pelaku bisnis menyadari apa dampak ekonomi dan sosial dari apa yang telah mereka lakukan. Apalagi yang sifatnya dampak tidak langsung, lebih tidak disadari lagi. Misalnya, menjual barang rusak atau cacat. Bisa jadi Anda menganggap hal itu sah-sah saja menjual barang rusak atau cacat karena Anda yakin semua konsumen akan memeriksa dulu setiap barang yang akan mereka beli. Jika setuju dan tidak keberatan, silakan beli, kalau tidak ya tidak apa-apa. Hal ini terlihat seperti tidak ada masalah, tetapi dia akan menjadi masalah begitu menyadari bahwa ternyata tidak semua konsumen mampu memeriksa barang yang dijual tersebut dengan baik. Dalam hal ini apa alasan Anda untuk berkecil? Salah sendiri kenapa tidak memeriksa dulu barang yang dibeli? Permasalahannya tidak sesederhana itu karena setiap orang punya wawasan serta kemampuan yang berbeda-beda. Rasanya akan malu dan sakit hati jika belakangan ketahuan bahwa ternyata kita membeli barang yang rusak atau cacat, tetapi si penjual tidak menyampaikannya kepada kita. Dengan kata lain, penjual tidak jujur ataupun tidak memberikan informasi yang utuh mengenai produk yang dijual atau *information asymmetry*. Bisa saja Anda akan berdalih, salah sendiri kenapa tidak teliti atau tidak bertanya sewaktu membeli. Akhirnya kita kembali pada aspek lain dari **etika yaitu itikad baik**. Jelas, ada suatu itikad yang tidak baik dari Anda sebagai pelaku bisnis untuk tidak menyampaikan kerusakan atau cacat barang tersebut kepada konsumen.

Pada akhirnya etika bisnis sangat tergantung kepada itikad baik dan hanya Anda sendirilah yang mengetahui itikad baik ini. Orang lain relatif sulit atau bahkan tidak akan tahu sama sekali, bahkan jika Anda melanggar pun, orang lain tidak mudah untuk mengetahuinya. Dari uraian tersebut, maka paling tidak ada 2 aspek dari tolok ukur etika, walaupun pada kenyataannya sulit untuk mengukurnya yaitu (1) prinsip bolak-balik serta (2) itikad baik. Keduanya adalah fondasi penting untuk etika bisnis atau melakukan bisnis yang *fair* dan jujur. Semuanya kembali kepada diri kita masing-masing karena sekali lagi etika itu sanksinya hanyalah sanksi moral, dan itu pun sering terlihat dalam jangka panjang, tidak langsung segera terasa. Prinsipnya adalah dalam jangka pendek bisnis yang melanggar etika bisa jadi sangat menguntungkan, tetapi dalam jangka panjang bisa jadi akan bermasalah.



## Soal Latihan

Jelaskan dan berikan contoh masing-masing dari lingkungan Saudara berada mengenai perbedaan teori etika deontologi dan etika teologi!

Bagaimana hubungan antara etika dan moral dalam kehidupan para pebisnis yang terjadi di Indonesia pada saat ini?

Manakah yang lebih penting antara norma hukum dengan norma sopan santun dalam melakukan kegiatan bisnis?

Mengapa etika berbisnis sangat diperlukan di era globalisasi ekonomi, berikan alasan-alasan yang komprehensif!

Apakah yang dimaksud dengan etika menurut pendapat dari Magnis Suseno?

## Studi Kasus: Teori Etika

### Ditinjau dari Teori Etika Deontologi

Konsep teori etika deontologi ini mengatakan bahwa kewajiban manusia untuk bertindak secara baik, suatu tindakan itu bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri yang baik dan harus bernilai moral. Hal itu berdasarkan kewajiban yang memang harus dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu. Etika deontologi sangat menekankan motivasi, kemauan baik, dan watak yang baik dari pelaku.

Sebagai contoh, PT Pertamina (Persero) sesungguhnya mempunyai salah satu tujuan yang baik yaitu memenuhi kebutuhan Bahan Bakar Minyak (BBM) bersubsidi nasional. Akan tetapi tidak diikuti dengan perbuatan atau tindakan yang baik karena PT Pertamina belum mampu memenuhi kebutuhan BBM subsidi tersebut secara tepat sasaran dan merata. Jadi menurut teori etika deontologi tidak etis dalam kegiatan usahanya.

### Diitinjau dari Teori Etika Teleologi

Hal yang berbeda dengan etika deontologi, etika teleologi justru mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang akan dicapai atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Dalam kasus ini, monopoli di PT Pertamina terbentuk secara tidak langsung dipengaruhi oleh Pasal 33 UUD 1945 karena pengaturan, penyelenggaraan, penggunaan, persediaan, dan pemeliharaan sumber daya alam serta pengaturan hubungan hukumnya ada pada negara untuk kepentingan mayoritas masyarakat dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Untuk itu PT Pertamina dinilai etis bila ditinjau dari teori etika teleologi.

# DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, KR. 2003. "Ethic in Practice" dalam *Harvard Business Review on Corporate*. Bouston, MA: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Arief, B dkk. 1999. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: ICSD.
- Budiman, A.1990. *Sistem Perekonomian Pancasila dan Ideologi Ilmu Sosial di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- DeGeorge, R. 2002. *Business Ethics*. 5<sup>th</sup> Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Djojohadikusumo, S. 1991. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ernawati, DR & Erni, R. 2007. *Business Ethics*. Bandung: Afabeta.
- Fritzsche, DJ. 2005. *Business Ethics*. New York: Mc. Graw Hill.
- Frederick, WC; Davis, K & Post, JE. 1998. *Business and Society*. New York: Mc.Graw Hill.
- Friedman, M. 1979. *Ethical Theory and Business*. Dalam Beauchamps, TL & Bowie, N (Eds.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Griffin, RW & Pustay, MW. 2005. *International Business*. New York: Prentice Hall International.
- Hartman, LP. 2005. *Perspective in Business Ethic*. New York: Mc. Graw Hill.
- Keraf, AS. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Jakarta: Kanisius.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Etika Lingkungan*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Phillips, K. 2002. *Marketing Management*. New York: Prentice Hall Education International.
- Mubyarto. 1988. *Sistem dan Moral Ekonomi*. Jakarta: LP3ES.
- Pieris, J & Jim, N. 2007. *Etika Binis dan Good Corporate Governance*. Jakarta: Pelangi Cendikia.
- Rudito, B dan Famiola, M. 2007. *Etika Binsis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Jakarta: Rekaaya Sains.
- Soeprapto, R. 2004. *Pancasila Menjawab Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Taman Pustaka.
- Suseno, FM. 1979. *Etika Umum, Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Yayasan Kanisius.

## RIWAYAT PENULIS



**Agus Arijanto** lahir di Desa Rengel, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, 30 Agustus 1967. Penulis menyelesaikan pendidikan menengahnya di SMA Pangudi Luhur, Jakarta, pada tahun 1986. Jenjang pendidikan S-1 ditempuhnya di Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah, dan lulus dengan gelar sarjana ekonomi pada tahun 1992. Gelar magister manajemen diraihinya dari Pascasarjana Universitas Budi Luhur, Jakarta, pada tahun 2004.

Sejak tahun 1998 sampai sekarang, penulis aktif sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Profesi lainnya adalah sebagai profesional di bidang keuangan (*finance*) pada perusahaan pertambangan Mining Company di Jakarta, juga sebagai *senior partner* di STAMCO Consulting Grup di Jakarta. Dengan berbekal keahlian, pengalaman, dan kompetensi yang dimiliki, penulis sering diminta untuk menjadi narasumber pada seminar, diskusi, sarasehan, maupun *workshop*/pelatihan yang diadakan oleh kampus maupun institusi lainnya.

Penulis telah menerbitkan sejumlah buku antara lain *Dosa-dosa Orang Tua Terhadap Anak Dalam Hal Finansial diterbitkan* (PT.Elexmedia Komputindo, Kompas Gramedia Group, 2010), *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers, 2011), dan buku ini yang sudah edisi ketiga cetakan keenam.

**Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM** lahir di Singapura, 24 Februari 1969. Sejak lahir, penulis tinggal di Singapura dan pada tahun 1974 kembali ke Jakarta. Penulis memulai pendidikan formalnya di Jakarta yaitu di SD St. Bellarminus (1975–1981), SMP Kolese Kanisius (1981–1984), dan SMA Kolese Kanisius (1984–1987). Jenjang pendidikan sarjana ditempuh penulis di Fakultas Teknik Universitas Indonesia dan mendapat gelar insinyur teknik mesin pada tahun 1992. Gelar magister manajemen didapatkan penulis dari Program



Studi Manajemen Internasional, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia pada tahun 1999. Lalu gelar doktor bidang manajemen dengan konsentrasi pemasaran perilaku konsumen diraih penulis dari Institut Pertanian Bogor pada tahun 2010.

Saat ini penulis merupakan Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis juga sangat aktif melakukan penelitian serta menulis berbagai macam jurnal ilmiah, artikel, dan buku. Buku-buku yang ditulisnya sudah banyak diterbitkan dan digunakan baik di lingkungan kampus maupun digunakan oleh masyarakat secara umum.